

(上接 C27 版)
(二)作为中间服务商的互联网广告企业受上下游影响较大,议价能力较弱
我国互联网广告行业属于开放性行业,没有严格的行业壁垒和管制,行业内参与者众多且细分化程度较高。各家互联网广告商根据自身定位、拥有的独特资源优势参与行业竞争,整个行业市场集中度较高。

2019年是中国互联网广告市场调整的一年,宏观经济增速放缓以及互联网流量红利趋于稳定,使互联网广告市场增速呈现放缓趋势。根据CTR发布的《2019年上半年中国广告市场回顾》,上半年中国广告市场整体下滑8.8%,互联网广告刊例收入减少4.3%。随着中国经济增速放缓,互联网广告市场进入存量市场的结构调整阶段。互联网广告中介生存环境受到挤压,为进一步抢占和巩固市场和媒体资源,给予部分客户较高的返点政策,而媒体年度返点政策不及预期,综合导致毛利率呈现较大程度的下滑。

公司的主要客户为汽车主机厂、网络服务商,汽车营销业务净利润占公司净利润的比重较高。根据中国汽车协的数据,2019年我国汽车产销量分别为2,572.10万辆和2,576.90万辆,同比下降7.5%和8.2%。汽车市场的低迷对相关收购标的的经营业绩造成较大的压力。

二、同行业可比公司情况
公司选取了7家与公司业务类似的可比公司,毛利率对比情况如下:

Table with columns: 上市公司名称, 业务内容, 2015年度, 2016年度, 2017年度, 2018年度, 2019年1-9月, 毛利率

注:科达股份毛利率为互联网板块的数据
从上述同行业上市公司毛利率数据可以看出,互联网营销公司自2015年起毛利率一直处于下滑趋势,科达股份互联网板块毛利率的变动趋势与同行业相比不存在明显差异。

三、对收购标的全年经营情况、相关财务指标变化的分析及2019年度计提大额商誉减值的原因

(一)派瑞威行
派瑞威行主营业务为互联网广告效果营销服务,包括营销策略、媒介采购、效果优化等服务。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

通过上表可以看出,派瑞威行2015-2018年的业绩呈大幅上升的趋势,2018年虽然业绩承诺期已过,但营业收入和净利润仍保持增长的势头。派瑞威行2018年实现营业收入99.86亿元,较2017年增长84.33%,实现净利润1.27亿元,较2017年增长16.84%。2018年商誉减值测试时,派瑞威行基于对未来业务的发展和盈利能力的判断,结合商誉减值测试及评估公司的评估结论,判断派瑞威行商誉及相关资产组未出现减值迹象。

2019年派瑞威行实现营业收入150.35亿元,较2018年增长50.55%,实现净利润1,663.99万元,较2018年下降86.97%(2019年财务数据未经审计)。
2019年派瑞威行在营业收入增长较大的前提下,净利润出现大幅的下滑,主要原因分析:

(1)毛利率下降较大的影响
派瑞威行在营业收入持续上升的前提下,毛利率一直呈下降趋势,这与行业大环境有关。2019年,根据派瑞威行经营规划,继续采取扩大销售规模的经营策略,希望在保持规模优势的前提下提高盈利能力。但2019年互联网营销行业竞争进一步加剧,由于宏观经济下行及融资环境恶化等因素,企业广告投放及营销推广预算大幅缩减。派瑞威行为抢占和巩固市场及媒体资源,给予部分客户较高的返点政策,但媒体年度返点政策不及预期,同时为改善现金流及提高代理业务增量,增加了渠道及推广客户业务,该部分业务毛利率偏低,以上原因导致派瑞威行2019年度毛利率大幅下降。

(2)单项计提大额坏账准备的影响
2019年第四季度,随着宏观经济继续下行及行业竞争加剧,客户回款难度增大,因回款逾期起诉客户的案件不断增加,出现了少数大客户由于自身经营问题导致大额应收账款存在坏账的风险。派瑞威行虽然及时采取了相关措施回款了部分应收账款,但截至期末,派瑞威行对应收账款进行减值测试后,仍存在5,792.87万元的坏账风险并单项计提了坏账准备,导致2019年净利润大幅下降。

(3)外包优化服务费用增加6000万左右
广告优化是一个劳动密集型的工作范畴,随着派瑞威行业务量的大幅增加,需要不断扩大专业化团队规模,由于北上广深人员成本不断高,优化工作基本采用外包方式。优化业务具有较大波动性,高峰期需要600人以上,低谷期也需要300人,通过外包方式可以大幅降低固定成本,同时增加高峰期作业的处理弹性,更好的满足客户的需求,提高客户的服务溢价。

(4)票据贴息增加导致财务费用增加3000万左右
综上所述,导致派瑞威行在2019年营业收入增长较大的前提下,净利润出现大幅的下滑。

2.未来业绩预测的考虑
根据当前宏观经济形势及目前行业状况,为避免再次出现大额坏账的情况,2020年派瑞威行在投放量上进行策略调整,将大幅缩减销售规模,仅维持与头部媒体腾讯、头条的合作,但投放量较2019年大幅下降。其他媒体如网易、爱奇艺,只保持头部客户的投放,其他客户不再合作。

公司基于对派瑞威行2019年的经营情况、广告业务的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试结果,判断派瑞威行商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失82,724.15万元。

(二)百孚思
百孚思主营业务为汽车行业数字整合营销服务,提供覆盖汽车行业营销全链条的互联网媒介投放、EPR营销、电商运营及数字整合营销等服务。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

通过上表可以看出,百孚思2018年虽然业绩承诺期已过,但2018年实现营业收入较2017年增长39.48%,实现净利润较2017年下降6.85%,原因是随着行业竞争的加剧,同比毛利率由16.74%下降至12.07%。2018年商誉减值测试时,百孚思基于对汽车行业的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试及评估百孚思的结果,判断百孚思商誉及相关资产组未出现减值迹象。

百孚思2019年实现营业收入195,169.23万元,较2018年增长39.13%,实现净利润1,497.62万元,较2018年下降75.33%(2019年财务数据未经审计)。

2019年利润下降较大的主要原因分析:
2019年,根据百孚思经营规划,面对宏观经济下行及汽车行业持续下滑的情况,百孚思业务继续采取扩大销售规模的经营策略,力争在同行业公司中占据领先地位。面对部分存量客户不断缩减预算的情况下,百孚思积极调整客户结构,开拓新客户,2019年新开发大客户有一汽奔腾、一汽红旗、柳汽、威马等近10余个,新客户增加营业收入14,780.00万元。

由于宏观经济面临下行及汽车行业持续下滑等因素,汽车生产厂家在市场方面的投入逐步降低,同时对投放效果的要求越来越高,导致百孚思在人力、资源、效果方面的投入持续增加。服务多年的品牌客户因预算日趋严格等原因毛利率急剧下滑,路虎等客户由于预算调整和项目结算等原因毛利率严重下滑;新客户北京现代、柳汽等客户由于激烈的市场竞争比价,项目毛利率不足1%,甚至部分项目亏损。另外百孚思基于垂直媒体战略合作的4A客户全年营业收入37,570万元,基本无毛利。

媒体方面,行业资源进一步向头部媒体聚拢,聚集优势资源的头部媒体越来越强势,且返点及折扣不断降低。同时,媒体对利润的追逐越来越高,有些甚至开展直客业务,导致下游广告商利润越来越薄。媒体结算政策也日益苛刻,对毛利率降低造成了影响,由于付款原因有部分媒体涉及扣款;特别是第四季度因未达到部分媒体的考核返点政策,导致四季度业绩严重下滑,主流媒体返点政策大幅调减。

2.未来业绩预测的考虑
根据当前宏观经济形势及目前行业状况,2020年公司对于百孚思业务继续保持稳定性增长战略,销售规模稳中有升,确保百孚思在行业中的领先地位,保持销售规模的同时,加强成本费用的管控,提升项目毛利率及百孚思的盈利能力。
公司基于对百孚思当年的经营情况、业务的发展和未来盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断百孚思商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失46,637.80万元。

(三)广州华邑
广州华邑主营业务为互联网营销创意服务,主要为快速消费品行业如食品饮料、保健品、家化产品等、3C行业、汽车行业企业以及电商平台的企业提供创意、品牌策略、内容全媒体话题传播、事件整合营销、品牌营销全案服务。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

广州华邑2015-2017年完成业绩承诺,2018年实现营业收入较2017年增长3.10%,实现净利润较2017年下降4.92%,主要原因是受2018年发生的金立事件的影响,2018年广州华邑对金立项目应收账款单项计提坏账准备1,218.62万元,影响净利润1,035.83万元,扣除该影响2018年实现的净利润较2017年增长17.64%。

2018年商誉减值测试时,公司基于对广州华邑业务的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试及评估广州华邑的评估结果,判断广州华邑商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对广州华邑资产组计提商誉减值损失34,790,065.25元。

2019年广州华邑实现营业收入6,316.21万元,较2018年下降81.60%,实现净利润-1,691.28万元,较2018年大幅下降(2019年财务数据未经审计)。2019年广州华邑业绩大幅下滑的原因是核心人员的离职。2019年,广州华邑创始团队及高级管理人员陆续离职,导致老客户流失。由于广州华邑属于创意服务,对人的依赖性较大,核心人员的流失将直接导致广州华邑竞争力的下降和客户的流失。虽然广州华邑采取了一系列措施,如招聘新的业务团队、返聘部分原业务人员,但短期内新开拓项目仍然较少。

2.未来业绩预测的考虑
根据广州华邑业务性质及目前现状,预计2020年广州华邑经营仍面临较大挑战。2020年,广州华邑将以减少亏损为目标,在此前提下采取合理的激励政策,确保有人员的稳定,加强业务的开拓,逐步恢复广州华邑的竞争力。

公司基于对广州华邑2019年的经营现状、未来业务的发展和盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断广州华邑商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失29,788.81万元。

(四)上海同立
上海同立主营业务为体验式营销服务,主要为客户提供创意营销事件、新车发布前客户体验、新车发布活动、发布后体验、大事件的媒体话题传播等服务。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

上海同立2018年实现营业收入较2017年增长2.07%,实现净利润较2017年下降40.50%,净利润下降的主要原因是收入结构变化,毛利率较高的大型会展项目减少,毛利率较低的区域会展项目增加,导致整体毛利率下降。另外,2018年服务的比亚迪营销项目应收账款回收存在风险,本着谨慎性原则,该项目未确认毛利。综上所述,毛利率同比由19.86%下降至14.47%,导致净利润下降。

2018年商誉减值测试时,公司基于对汽车行业的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试及评估结果,判断上海同立商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对上海同立资产组计提商誉减值损失78,135,406.14元。

2019年上海同立实现营业收入29,711.65万元,较2018年下降34.40%,实现净利润-4,664.95万元(2019年财务数据未经审计)。2019年亏损较大的主要原因为受服务的比亚迪营销项目出现坏账,上海同立计提了大额单项应收款项坏账准备3,811.77万元所致。剔除该项大额应收款项坏账准备后,上海同立净利润仍为亏损,主要原因是收入下降,毛利率持续降低所致。

上海同立主要客户为大型汽车集团,如上汽通用、捷豹路虎等。2019年度受宏观经济环境的影响,汽车行业持续下滑,客户广告投放进度放缓或减少,回款周期出现延长。大客户中,上汽通用2018年营业收入23,486.29万元,2019年营业收入10,739.10万元,同期减少了12,747.19万元;捷豹路虎2018年营业收入5,338.67万元,2019年营业收入1,088.59万元,同期减少了4,250.07万元。

2019年收入规模及毛利率均下降,受汽车行业整体环境影响,客户预算不断缩减,但是客户对项目执行要求并未降低,导致项目整体毛利率下降。2019年上海同立为应对汽车行业下滑,努力开发新客户、新客户,但受困于宏观经济环境的影响,开发的新客户毛利率依旧较低。

2.未来业绩预测的考虑
根据上海同立客户行业及其现状,2020年上海同立将以减少亏损为目标。在此前提下,确保目前存量客户的稳定,并积极开拓新客户。
公司基于对上海同立2019年的经营现状、未来业务的发展和盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断上海同立商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失25,992.00万元。

(五)雨林木风
雨林木风主营业务为互联网网站及互联网广告代理业务,主要利用114网址导航网站及移动端APP为互联网用户提供网址导航服务,同时为第三方搜索引擎、电商网站等互联网媒体平台客户提供流量导入。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

雨林木风2018年实现营业收入53,750.13万元,同比增长38.71%,实现净利润3,848.67万元,同比下降34%。2018年营业收入增长而净利润下降的主要原因为:毛利率较低的互联网广告代理业务的收入占比增加,毛利率较高的主营业务网站业务规模下降,业绩持续下滑。

2019年年报时,公司聘请评估机构对雨林木风包含商誉的相关资产组可收回金额进行了评估,依据评估报告结果,雨林木风包含商誉的相关资产组可收回金额低于其账面价值,故计提了商誉减值147,780,090.53元。

2019年实现营业收入32,206.98万元,较2018年下降40.08%,实现净利润-3,241.12万元(2019年财务数据未经审计)。2019年亏损较大的主要原因:(1)计提了子公司--北京卓泰天下科技有限公司商誉减值准备3,035.17万元所致。

(2)毛利率持续下降的影响
毛利率由2018年的14.05%下降到2019年的6.38%,详见下表:

Table with columns: 项目, 2018年, 2019年(未审数)

具体分析:
①毛利率高的114网址导航业务和114吨APP业务收入下降幅度很大,影响整体毛利率大幅下滑。

②2019年,由于搜索分成业务自有流量下降导致分成收入下降,但是由于联盟成本和搜索成本市场行情原因未明显下降,虽于2019年下半年进行了成本管控,但业务整体毛利率大幅下降。

③2019年代理业务主要为信息流业务,此业务毛利率基本在3%-4%,导致毛利率下降较大。

2.未来业绩预测的考虑
雨林木风确定今后业务经营方向为稳定网址导航业务,代理业务确保风险可控的情况下开发大客户,业务结构相比并购时已发生较大变化。

公司基于对雨林木风业务的发展和未来盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断雨林木风商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失27,863.50万元。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

卓泰天下已完成2016-2018年业绩承诺,并于2018年计提部分商誉减值共8,365,566.81元。2018年计提商誉减值的原因是:2018年卓泰天下业绩持续下滑,公司判断包含商誉的相关资产组减值迹象明显。2018年年报时,公司聘请评估机构对包含商誉的相关资产组可收回金额进行了评估,依据评估报告结果,包含商誉的相关资产组可收回金额均低于其账面价值,故计提了商誉减值。

2019年卓泰天下毛利率下降很大的原因是:2019年卓泰天下核心人员变化,9月份卓泰天下核心人员离职,导致老客户流失。

2.未来业绩预测的考虑
公司对卓泰天下现有业务评估后,认为现有业务应收账款账期较长且毛利率较低,客户对核心人员依赖性较强,决定回收全部应收款后停止该业务,2020年不再经营原业务。

2019年商誉减值测试时,公司基于对卓泰天下业务的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试结果,判断卓泰天下商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对卓泰天下资产组全额计提了商誉减值准备3,035.17万元。

(七)爱创天杰
爱创天杰主营业务为数字营销服务,主要为汽车、金融企业提供品牌与产品市场推广策略与创意服务、媒体传播创意与执行、社会化媒体营销、事件营销、区域营销等服务。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2015, 2016, 2017), 2018年度, 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

爱创天杰2016-2019年为业绩承诺期,在2016-2018年已完成业绩承诺,2018年年报时,公司聘请评估机构对爱创天杰包含商誉的相关资产组可收回金额进行了评估,依据评估报告结果,爱创天杰包含商誉的相关资产组可收回金额高于其账面价值,故未计提商誉减值。

爱创天杰2019年收入规模和毛利率都基本保持稳定且有所增长,2019年实现营业收入18,918.44万元,较2018年增长2.36%,实现净利润8,074.27万元,较2018年下降20.74%(2019年财务数据未经审计),净利润下降的主要原因是受服务的比亚迪营销项目出现坏账,本年计提了3,033.94万元的坏账准备所致。剔除该项大额应收款项坏账准备后,2019年净利润10,653.12万元。受单项计提坏账准备的影响,爱创天杰2019年未完成业绩承诺。

2.未来业绩预测的考虑
2020年,面对当前宏观经济环境,汽车行业竞争会进一步加剧。爱创天杰将力争确保目前存量客户的稳定,并积极开拓新客户,确保收入规模稳定,开拓客户的同时,加强成本费用管控,确保毛利率维持在正常水平。

公司基于对爱创天杰业务的发展和未来盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断爱创天杰商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对资产组计提商誉减值损失28,433.68万元。

(八)智闻网络
智闻网络主要产品为汽车行业移动端垂直媒体“汽车头条”,为用户提供全网最新、最全、最准的汽车类专业资讯,为企业打造专属自媒体联盟的全价值传播,主营业务为与汽车相关的广告投放,分为自有平台广告投放、媒介代理广告投放及线

上线下的互动整合传播。

1.主要财务数据分析:

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2016, 2017, 2018), 2019年度(未审数), 业绩承诺期间实际完成净利润总额, 承诺净利润数总额

智闻网络2016-2019年为业绩承诺期,均已完成业绩承诺。智闻网络经营状况比较稳定的主要原因是:智闻网络代理业务供应商主要是今日头条,拥有一汽丰田和吉利在头条的独家代理资质。2019年面对宏观经济环境下行及汽车行业持续下滑的情况,智闻网络实施稳健经营策略,销售规模实现了稳定增长,在保证自有媒体业务稳定的情况下,积极开拓代理业务,代理业务的毛利率较低,因而2019年整体毛利率低于以前年度。

2.未来业绩预测的考虑

2020年,面对当前宏观经济环境,汽车行业竞争会进一步加剧。智闻网络将聚焦优势客户,从当前客户精选出头部客户,资源集中使用;做强媒体应对品牌诉求,注重品牌价值的提升;做好口碑传播的增量市场;优化团队结构,实施文化和组织双轮驱动,激活团队活力;做好现有业务的同时,积极开拓利润增长点,抓住新业务机遇。确保收入规模稳定增长的同时,加强成本费用的管控,进一步提升公司的盈利能力及竞争水平。

2018年年报时,公司聘请评估机构对智闻网络包含商誉的相关资产组可收回金额进行了评估,依据评估报告结果,智闻网络包含商誉的相关资产组可收回金额高于其账面价值,故未计提商誉减值。

2019年商誉减值测试时,公司基于对智闻网络业务的发展和未来盈利能力的判断,结合2019年的商誉减值测试结果,判断智闻网络商誉及相关资产组未出现减值迹象。

(九)数字一百

数字一百主营业务为互联网调研服务,依托于在线客服、在线客服软件系统以及互联网社区平台为企业和消费者提供服务,并对平台上的数据进行挖掘分析,提供的主要产品和服务为在线客服、在线客服社区、互联网广告监测、移动互联网渠道检查、大数据口碑分析等。

Table with columns: 主要财务数据, 业绩承诺期间 (2016, 2017, 2018), 2019年度(未审数)

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利率, 营业利润, 利润总额, 净利润

数字一百2016-2019年为业绩承诺期,2016-2018年已完成业绩承诺,2018年年报时,公司聘请评估机构对数字一百包含商誉的相关资产组可收回金额进行了评估,依据评估报告结果,数字一百包含商誉的相关资产组可收回金额高于其账面价值,故未计提商誉减值。

数字一百2019年实现营业收入13,469.11万元,较2018年下降20.47%,实现净利润745.65万元,较2018年下降82.98%(2019年财务数据未经审计)。2019年未完成业绩承诺。

2019年净利润下降较大主要原因:

(1)计提了子公司--上海动米网络科技有限公司商誉减值准备1,308.86万元所致。上海动米自2019年以来,原有业务不断减少,管理团队已离职,商誉减值测试时,全额计提了商誉减值准备1,308.86万元。

(2)毛利率下降较大的影响

由于宏观经济下行,互联网行业竞争的加剧,客户预算减少,但人员成本增加,导致公司整体毛利率降低。

2.未来业绩预测的考虑

2019年,数字一百业务结构基本完成,2020年,数字一百结合目前市场情况,将加大互联网在线调研业务的开拓,稳定传统控制业务及AI采集业务,确保销售规模稳定,进一步提升项目执行能力,加强成本管控,力争项目的毛利率水平趋于稳定。

2019年商誉减值测试时,公司基于对数字一百业务的发展和未来盈利能力的判断,结合商誉减值测试结果,判断数字一百商誉及相关资产组减值迹象已经出现并持续,故对数字一百资产组计提商誉减值损失21,900.76万元。

四、是否存在经营基本面向大幅恶化的情形,并说明是否存在通过减值对当期财务报表进行不当盈余管理的情形

(一)是否存在经营基本面向大幅恶化的情形

结合前述内容,本期计提商誉减值的资产组,本年的实际业绩与去年商誉减值测试的业绩预期呈现一定差异,上述差异主要系互联网营销行业外部环境及行业竞争变化所致,经营业绩的整体下滑受外部环境的影响很大。

(二)是否存在通过减值对当期财务报表进行不当盈余管理的情形
2019年末,公司根据2019年各收购标的的业绩情况,并以此对将来经营业绩进行了预测,公司严格按照《企业会计准则第8号——资产减值》有关商誉减值的处理的相关规定,以及按照证监会《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的要求,并咨询了具有证券业务资质的资产评估机构的相关意见,对商誉减值进行了初步测算。公司拟计提的商誉减值准备金额,主要还是基于2019年标的公司的经营情况、行业竞争格局变化、媒介代理业务毛利下滑、未来市场趋势等多重因素的考虑,综合评估2019年度数字营销业务盈利能力下降,与公司原财务预算产生了较大的背离,公司在2019年商誉减值测试方法、具体计算过程、分析所选取参数等与公司历年各期商誉减值测试方法和减值计提政策一致,大额计提商誉减值准备具有合理性,不存在通过减值对当期财务报表进行不当盈余管理的情形。

会计师意见:

我们已核对了科达股份基于2019年度未审财务报表编制的商誉减值准备测算过程,评估了公司管理层测试包含商誉的资产组的可收回金额所引入的重要参数和假设的合理性,包括我们对互联网营销行业过去经营情况的审计情况以及对未来发展趋势的分析和判断,并将标的公司历史财务数据、行业发展趋势与公司管理层做出的盈利预测数据进行了分析比较,检查相关假设和方法的合理性;我们比较了商誉所属资产组的账面价值与其可收回金额的差异,确认是否存在商誉减值情况。

我们认为,公司基于2019年度未审财务报表的商誉减值测试过程中,对当时环境下影响减值的因素进行了充分考虑,采用了合理的减值测试方法测算减值金额,计提商誉减值准备的金额区间是合理的,不存在通过减值对当期财务报表进行不当盈余管理的情形。

上述说明仅根据我们初步了解形成的结果,截至本说明出具日,本所未对科达股份商誉减值执行相关审计程序。在2019年审计过程中,本所将根据《中国注册会计师执业准则》、《企业会计准则第8号——资产减值》和《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定对科达股份商誉减值情况给予高度关注。

公司指定信息披露媒体为上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)和《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及《证券日报》,有关公司信息以上述指定网站、媒体刊登的公告为准。敬请广大投资者及时关注公司公告,注意投资风险。特此公告。